

ABSTRAKSI

PENGARUH TRUST IN A BRAND TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PENGGUNA KENDARAAN MOBIL MEREK TOYOTA AVANZA DI KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA (Skripsi Adi Prasetyo Nugroho yang dibimbing oleh Dr. Heru Tri Sutiono M.Si dan Nilmawati SE, M.Si)

Persaingan antar perusahaan saat ini semakin kompetitif dan variatif. Kepercayaan terhadap merek akan menimbulkan loyalitas terhadap suatu merek, loyalitas terhadap merek merupakan konsep yang penting pada kondisi persaingan yang ketat saat ini. Dunia otomotif khususnya kendaraan *Toyota Avanza* saat ini berkembang dengan pesat di Indonesia. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai tipe varian di pasaran yang diciptakan produsen dengan fasilitas dan keunggulan yang ditawarkan. Berdasarkan fenomena maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh *Trust in a brand* terhadap *brand loyalty* pada pengguna kendaraan Toyota Avanza di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dan adapun Tujuan penelitian ini (1) Untuk mengetahui pengaruh variabel karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), dan karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada konsumen pengguna kendaraan mobil Avanza. (2) Untuk mengetahui pengaruh variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada konsumen pengguna kendaraan mobil Avanza. Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian survei. Populasi pengguna kendaraan mobil merek Toyota Avanza di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* memakai *Purposive sampling* dan diujikan Analisis regresi berganda.

Kata Kunci : Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen.